

## รายงานแนวโน้มตลาดผัก และผลไม้สดในสวีเดน

ตลาดผักและผลไม้สดของสวีเดนพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก โดยมีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากเงินเฟ้อที่ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดขายลดลงบางส่วน ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งนำเข้าผัก และผลไม้อันดับที่ 29 ของสวีเดน มีส่วนแบ่งตลาด 0.24% แต่ยังมีโอกาสขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสวีเดนมีความจำเป็นต้องนำเข้าผลไม้เมืองร้อน และผักบางชนิดตลอดทั้งปี ช่องทางการจำหน่ายหลักของผัก และผลไม้สดในตลาดสวีเดน ได้แก่ บริษัทเครือข่ายเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ และผู้ให้บริการอาหาร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดสินค้ากลุ่มนี้จะได้รับแรงกดดันด้านราคา แต่ผู้บริโภคก็ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพ ยั่งยืน และออร์แกนิก ทั้งนี้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารในสวีเดนและงาน THAIFEX – Anuga Asia จะเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างเครือข่ายและขยายตลาดให้กับผู้ส่งออกไทย

### 1. ภาพรวมตลาด

ในปี 2566 ตลาดค้าปลีกผักและผลไม้ในสวีเดนมีมูลค่า 3,399 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 2,326 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 9.25% และ 13.57% ตามลำดับ (ข้อมูลจาก SCB) โดยการใช้จ่ายสินค้ากลุ่มผลไม้และผักของผู้บริโภคชาวสวีเดนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 2559 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม จากภาวะเงินเฟ้อภายในประเทศส่งผลให้ราคาผลไม้เพิ่มขึ้นกว่า 9.5% ในปี 2565 และ 9.4% ในปี 2566 นอกจากนี้ ราคาผักยังเพิ่มขึ้นกว่า 10.3% ในปี 2565 และ 16.3% ในปี 2566 ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้า โดยเฉพาะยอดขายผัก

### 2. การค้าระหว่างประเทศ

#### 2.1 ภาพรวมการค้า

ในช่วงปี 2567 การค้ารวมกลุ่มสินค้าผักและผลไม้สดของสวีเดน (รหัสศุลกากร 07 และ 08) มีมูลค่า 2,087 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แบ่งเป็น การส่งออก มูลค่า 226 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 11% และการนำเข้า มูลค่า 1,860 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 3% โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สเปน และเยอรมนี ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 29 มูลค่า 4.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 4% คิดเป็นสัดส่วน 0.24% ของการนำเข้าทั้งหมด

## การค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าผักและผลไม้สดของสวีเดนปี 2567

	มูลค่าการค้ารวม (ล้านสรอ.)		การ เปลี่ยนแปลง (%)	การนำเข้า (ล้านสรอ.)		การ เปลี่ยนแปลง (%)	การส่งออก (ล้านสรอ.)		การ เปลี่ยนแปลง (%)
	2566	2567		2566	2567		2566	2567	
ผลไม้	1,179	1,159	-1.7	1,051	1,048	-0.23	128	116	-9
ผัก	1,010	928	-8.0	882	812	-7.9	128	110	-13
รวม	2,189	2,087	-4.65	1,933	1,860	-3.77	256	226	-11.71

ที่มา: Global Trade Atlas

### 2.2 การนำเข้าสินค้าผลไม้สดของสวีเดน

กลุ่มสินค้าผลไม้สดนำเข้าที่สำคัญของสวีเดน ได้แก่ ส้ม กล้วย และผลไม้อื่นๆ โดยสวีเดนนำเข้าผลไม้จากไทยในกลุ่มสินค้า ฝรั่ง มะม่วง มังคุด ทูเรียน และมะละกอ

### การนำเข้าผลไม้สดที่สำคัญของสวีเดนปี 2567

อันดับ	รหัสศุลกากร	รายละเอียดสินค้า	มูลค่า (ล้านสรอ.)	การเปลี่ยนแปลง (%)	สัดส่วน (%)	แหล่งนำเข้า
1	805	ผลไม้จำพวกส้ม	153	-13.99	14.5	1. สเปน 2. เนเธอร์แลนด์ 3. เยอรมนี 47. ไทย
2	803	กล้วย	149	-4.9	14.2	1. เอกวาดอร์ 2. โคลัมเบีย 3. เนเธอร์แลนด์ 20. ไทย
3	810	ผลไม้อื่นๆ (เช่น ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ลำปาง มะเฟือง ขนุน มะขาม และอื่นๆ)	113	6	10.8	1. สเปน 2. เนเธอร์แลนด์ 3. เบลเยียม 12. ไทย
4	808	แอปเปิ้ล แพร์ และควินซ์	109	-8	10.4	1. โปแลนด์ 2. อิตาลี 3. เนเธอร์แลนด์ ไม่มีการนำเข้า จากไทย
5	804	อินทผลัม มะเดื่อ สับปะรด อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด	105	13	10	1. เนเธอร์แลนด์ 2. เยอรมนี 3. สเปน 17. ไทย

ที่มา: Global Trade Atlas

การนำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยมีมูลค่ารวม 2,638 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-15%) โดยสินค้าผลไม้นำเข้าที่สำคัญจากประเทศไทย 4 อันดับแรก คิดเป็นสัดส่วนรวม 60.48% ประกอบด้วย

- ลิ้นจี่ มูลค่า 0.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมหดตัว -19% โดยการนำเข้าจากไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หดตัว -43% ในขณะที่การนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์หดตัวเช่นกัน -11%
- ฝรั่ง มะม่วง มังคุด มูลค่า 0.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ กัมพูชา และสเปน ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมขยายตัว 24% ในขณะที่การนำเข้าจากไทยหดตัว -38% และการนำเข้าจากคู่แข่งมีแนวโน้มหดตัว -6% และขยายตัว 347% และ 569% ตามลำดับ
- ทูเรียน มูลค่า 0.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นการนำเข้าจากไทยทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การนำเข้าจากไทยมีแนวโน้มหดตัว -25%
- มะละกอ มูลค่า 0.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ และสเปน ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมหดตัว -20% แต่การนำเข้าจากไทยมีแนวโน้มขยายตัว +12% และการนำเข้าจากคู่แข่งมีแนวโน้มหดตัว -10 และขยายตัว +18 ตามลำดับ

### การนำเข้าผลไม้ที่สำคัญจากประเทศไทยปี 2567

อันดับ	รหัสศุลกากร	รายละเอียดสินค้า	มูลค่า (เหรียญสหรัฐ)	การเปลี่ยนแปลง (%)
1	08109020	ลิ้นจี่	866,569	-43
2	080450	ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด	283,070	-38
3	081060	ทูเรียน	249,389	-25
4	080720	มะละกอ	187,079	+12

ที่มา: Global Trade Atlas

### 2.3 การนำเข้าสินค้าผักสดของสวีเดน

กลุ่มสินค้าผักนำเข้าที่สำคัญของสวีเดน ได้แก่ กลุ่มพืชผักอื่นๆ (เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง คื่นช่าย เห็ด พริก พักทอง หน่อไม้สด และข้าวโพดอ่อน) มะเขือเทศและ มันฝรั่ง โดยสวีเดนนำเข้าผักสดจากไทยในกลุ่ม (1) พืชผักอื่นๆ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง คื่นช่าย เห็ด พริก พักทอง หน่อไม้สด ข้าวโพดอ่อน (2) พืชผักตระกูลถั่ว และ (3) หอมหัวใหญ่ หอมหัวเล็ก กระเทียม สลิกและพืชผักจำพวกหอมกระเทียมอื่นๆ ดังรายละเอียดดังตารางถัดไป

## การนำเข้าผักที่สำคัญของสวีเดนปี 2567

อันดับ	รหัสศอกการ	รายละเอียดสินค้า	มูลค่า (ล้านสรอ.)	การเปลี่ยนแปลง (%)	สัดส่วน (%)	แหล่งนำเข้า
1	709	พืชผักอื่นๆ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง คื่นไช เห็ด พริก พักทอง หน่อไม้สด ข้าวโพดอ่อน	223	-3	27	1. เนเธอร์แลนด์ 2. สเปน 3. โปแลนด์ 12. ไทย
2	702	มะเขือเทศ	146	-20	17	1. เนเธอร์แลนด์ 2. ฝรั่งเศส 3. สเปน ไม่มีการนำเข้าจากไทย
3	710	พืชผักอื่นๆ เช่น มันฝรั่ง	109	-0.3	13	1. เบลเยียม 2. เนเธอร์แลนด์ 3. สเปน 24. ไทย
4	703	หอมหัวใหญ่ หอมหัวเล็ก กระเทียม ลีคและพืชผัก จำพวกหอมกระเทียมอื่นๆ	56	-7	6.9	1. เนเธอร์แลนด์ 2. สเปน 3. เยอรมนี 13. ไทย
5	705	ผักกาดหอม (แฉีกดูภาควิทยา) และ ซีโครี (ชนิดซีโคเรีย)	53	-13	6.6	1. สเปน 2. เยอรมนี 3. เดนมาร์ก ไม่มีการนำเข้าจากไทย

ที่มา: Global Trade Atlas

การนำเข้าสินค้าผักสดจากไทยมีมูลค่ารวม 1,788 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+18%) โดยสินค้าผักสดนำเข้าที่สำคัญจากประเทศไทย 4 อันดับแรก คิดเป็นสัดส่วนรวม 94.91% ประกอบด้วย

- พืชผักอื่นๆ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง คื่นไช เห็ด พริก พักทอง หน่อไม้สด ข้าวโพดอ่อน มูลค่า 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ สเปน และเยอรมนี ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมขยายตัว 4.4% โดยการนำเข้าจากไทย เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขยายตัว 18%, 16% และ 19% ตามลำดับ ในขณะที่การนำเข้าจากสเปนหดตัว 2%
- พืชผักตระกูลถั่ว มูลค่า 0.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และแคนาดา ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมขยายตัว 2.5% โดยการนำเข้าจากไทย และแคนาดาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขยายตัว 37% ในขณะที่การนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี หดตัว 4% และ 25%
- หอมหัวใหญ่ หอมหัวเล็ก กระเทียม ลีคและพืชผักจำพวกหอมกระเทียมอื่นๆ มูลค่า 0.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ สเปน และเยอรมนี ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมหดตัว

0.8% โดยการนำเข้าจากไทย และเยอรมนีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หดตัว 20% และ 2% ในขณะที่การนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์ และสเปน ขยายตัว 0.9% และ 0.3%

- มันสำปะหลัง มูลค่า 0.48 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และเดนมาร์ก ทั้งนี้ การนำเข้าโดยรวมคงตัว โดยการนำเข้าจากไทย เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี ขยายตัว 36%, 18% และ 10% ตามลำดับ ในขณะที่การนำเข้าจากเดนมาร์กหดตัว 55%

### การนำเข้าผลไม้ที่สำคัญจากประเทศไทยปี 2567

อันดับ	รหัสศุลกากร	รายละเอียดสินค้า	มูลค่า (ล้านสรอ.)	สัดส่วน (%)	การเปลี่ยนแปลง (%)
1	0709	พืชผักอื่นๆ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง คื่นช่าย เห็ด พริก พริกทอง หน่อไม้สด ข้าวโพดอ่อน	1.5	84	+18
2	0713	พืชผักตระกูลถั่ว	0.07	4	+37
3	0703	หอมหัวใหญ่ หอมหัวเล็ก กระเทียม สลิก และพืชผักจำพวกหอมกระเทียมอื่นๆ	0.06	3	-20
4	0714	มันสำปะหลัง	0.48	2.7	+36
5	0710	พืชผักอื่นๆ	0.45	2.5	+336

ที่มา: Global Trade Atlas

### 3. ฤดูกาล และอุปสงค์ผัก และผลไม้ในตลาดสวีเดน

ผัก และผลไม้ที่สวีเดนไม่สามารถผลิตได้ และจำเป็นต้องนำเข้าทั้งหมด เช่น กัลฉ่าย ส้ม และพริก ส่วนผัก และผลไม้ที่สวีเดนสามารถผลิตได้ แต่ต้องพึ่งพาการนำเข้า เช่น มะเขือเทศ และแอปเปิ้ล นอกจากนี้ยังมีผัก และผลไม้ที่สวีเดนสามารถปลูกได้ในบางฤดูกาลเท่านั้น จึงจำเป็นต้องนำเข้าในช่วงฤดูกาลอื่น เช่น แดงกวา และกะหล่ำดอก ที่สวีเดนสามารถผลิตได้ในฤดูร้อน แต่ไม่สามารถผลิตได้ในฤดูหนาว จึงจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าทั้งหมดในช่วงฤดูหนาว โดยส่วนใหญ่มาจากประเทศอื่นๆ ในยุโรป และประเทศใกล้เคียง

ผลไม้เมืองร้อนสำคัญที่สวีเดนนำเข้า เช่น

- ผลไม้จำพวกส้ม มูลค่า 153 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 14% โดยนำเข้าจากสเปน (-14%) เนเธอร์แลนด์ (+6%) และเยอรมนี (-9%) เป็นสำคัญ (การนำเข้าจากไทยอยู่ในอันดับที่ 47/ไม่ปรากฏข้อมูลการนำเข้า และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง)
- กลั้ว มูลค่า 149 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 4.9% โดยนำเข้าจากเอกวาดอร์ (+17%) โคลัมเบีย (-16%) และเนเธอร์แลนด์ (+10%) เป็นสำคัญ (การนำเข้าจากไทยอยู่ในอันดับที่ 20 มูลค่า 6,330 เหรียญสหรัฐ ลดลง 51%)
- ผลไม้อื่นๆ (เช่น กีวี พลั๊บ ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ลางสาด มะเฟือง ขนุน มะขาม และอื่นๆ) มูลค่า 113 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัว 10.8% โดยนำเข้าจากสเปน (+18%) เนเธอร์แลนด์ (-14%) และเบลเยียม (+15%) เป็นสำคัญ (การนำเข้าจากไทยอยู่ในอันดับที่ 12 มูลค่า 1.1 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 40%) ทั้งนี้ การนำเข้าผลไม้จากไทยลดลง เนื่องจากปัญหาภาวะเบียบการนำเข้าสินค้าผักและผลไม้สดของสวีเดนที่เข้มงวด มีการสุ่มตรวจบ่อยครั้ง ส่งผลให้สินค้าถูกกักกันนาน ณ จุดตรวจ สินค้าเกิดการเน่าเสียหาย และมีค่าใช้จ่ายค่าธรรมเนียมการดำเนินการตรวจสอบสูง ผู้นำเข้าจึงหลีกเลี่ยงการนำเข้าผลไม้สดจากประเทศนอกสหภาพยุโรป และสั่งซื้อจากประเทศในสหภาพยุโรปแทน

#### 4. ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการเข้าตลาดสินค้าผัก และผลไม้สดในสวีเดนสามารถทำได้ทั้งผ่านผู้นำเข้า ร้านค้าปลีกอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และบริษัทผู้ให้บริการอาหาร ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าเอง โดยช่องทางการซื้อสินค้าผัก และผลไม้สดที่สำคัญในสวีเดนสามารถสรุปได้ 4 ช่องทางสำคัญ ดังนี้

**4.1 ผู้นำเข้าผักผลไม้** ที่มีศูนย์กลางการจัดจำหน่ายที่เมือง Helsingborg ทางตอนใต้ของสวีเดน ซึ่งรวมถึงบริษัทจัดหาสินค้ารายสำคัญ เช่น Dole, Everfresh และ Interbanan Scandinavia AB (บริษัทผู้นำเข้ากล้วยออร์แกนิก) นอกจากนี้ยังมีบริษัท BAMA บริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผัก/ผลไม้สดหั่นกิ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน Ewerman ผู้ให้บริการสินค้าผักผลไม้สดภายใต้แบรนด์ DailyGreens รวมถึงผักและผลไม้ที่ผ่านการตัดแต่งและบรรจุ (pre-cut and packed) และ Fruit Connect บริษัทผู้เชี่ยวชาญส้ม

**4.2 ผู้นำเข้าเอเชีย** บริษัทผู้นำเข้าสินค้าเอเชียในสวีเดนที่นำเข้าผัก และผลไม้สด เช่น บริษัท CT Food AB และ Saigon Food



ผัก และผลไม้สดที่จำหน่ายในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชีย Saigon Gross ในสวีเดน



ผัก และผลไม้สดที่จำหน่ายในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชีย Hung Fat ในสวีเดน

**4.3 บริษัทแปรรูป (Fruit and vegetables processing companies)** เช่น บริษัทผู้ผลิตน้ำผลไม้สด ผู้ผลิต สลัดผัก/ผลไม้ ผู้เล่นที่สำคัญ ได้แก่ บริษัท Brämhults และ Råsaft

**4.4 บริษัทผู้ให้บริการอาหาร (Catering & Food Service)** ประกอบด้วย บริษัทค้าส่งที่จัดจำหน่ายสินค้า อาหารให้กับหน่วยงานรัฐบาล โรงแรม บาร์ ร้านอาหาร และร้านกาแฟ โดยมีผู้เล่นสำคัญ ได้แก่ บริษัท Martin & Servera, Menigoand และ Svensk Cater

**4.5 ร้านค้าปลีกอาหาร (Food retail)** ปัจจุบันมีร้านค้าปลีกมากกว่า 3,000 แห่งในสวีเดน โดยมีแบรนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (major supermarket chains) ครองตลาด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 เครือข่ายได้แก่

4.5.1 บริษัท ICA Gruppen AB ประกอบด้วยซูเปอร์มาร์เก็ต ICA Sweden (1,267 สาขา) แบ่งออกเป็น Maxi ICA Stormarknad (88 สาขา) ICA Kvantum (130 สาขา) ICA Supermarket (423 สาขา) ICA nära (626 สาขา) มีส่วนแบ่งตลาด 50.3% โดยมีบริษัท ICA Frukt & Grönt ทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบด้านการจัดซื้อผัก และผลไม้ และยังเป็นผู้นำเข้าผักและผลไม้รายใหญ่ที่สุดของสวีเดน

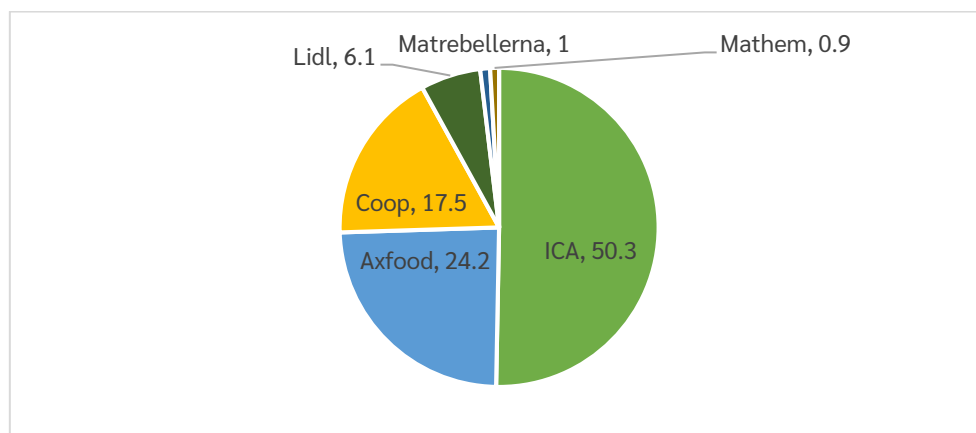
4.5.2 บริษัท Axfood (Axel Johnson) มีซูเปอร์มาร์เก็ตในเครือจำนวน 600 สาขา ประกอบด้วย Hemköp, Willys, Tempo, Urban Deli, Snabbgross, Eurocash, Handlar'n, City Gross และ Matöppet มีส่วนแบ่งตลาด 24.2% โดยผู้ส่งออกสามารถกรอกรายละเอียด Company Profile เพื่อแนะนำตัวได้โดยตรงผ่านเว็บไซต์บริษัท <https://www.axfood.com/contact/suppliers/become-a-supplier/>

4.5.3 บริษัท Coop มีซูเปอร์มาร์เก็ต Coop ในเครือจำนวน 819 สาขา มีส่วนแบ่งตลาด 17.5%



ร้านค้าปลีก Coop แห่งหนึ่งทางตอนใต้ของสวีเดน

ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกอาหารรายใหญ่ของสวีเดน (หน่วย: ร้อยละ)



ที่มา: Dagligvarukartan



## 5. แนวโน้มตลาดผักและผลไม้สดในสวีเดน

**5.1 ความสนใจในเรื่องแหล่งที่มา และสุขภาพที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค** ผู้บริโภคชาวสวีเดนให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของผลไม้และผัก รวมถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร

**5.2 ความต้องการบริโภคสินค้าออร์แกนิก และสินค้าที่ผลิตอย่างยั่งยืน** ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา การเติบโตของตลาดสินค้าออร์แกนิกในสวีเดนหดตัวลง เนื่องจากภาวะความกดดันด้านราคา เงินเฟ้อ และการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ส่งผลให้ในปี 2566 ยอดขายผลไม้ออร์แกนิก หดตัวกว่า 8% และผักออร์แกนิก หดตัวกว่า 17% อย่างไรก็ตาม ตลาดเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2566 โดยสวีเดนเป็นประเทศที่นำเข้าอาหารออร์แกนิกสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 6 ของยุโรป

**5.3 แนวโน้มความต้องการสินค้า Private Label เพิ่มขึ้น** เนื่องจากภาวะเงินเฟ้อส่งผลให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกลง โดยแบรนด์ Private Label ที่สำคัญในสวีเดน เช่น I love eco ของ ICA และ Änglamark ของ COOP ซึ่งครอบคลุมสินค้าผักและผลไม้สดเช่นกัน

**5.4 การเติบโตของตลาดค้าปลีกออนไลน์** การขายของชำออนไลน์ในสวีเดนเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี 2563 – 2564 เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยในปี 2566 อีคอมเมิร์ซมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 4.1% และแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

## 6. แนวทางการเข้าสู่ตลาด

6.1 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX – Anuga Asia ซึ่งมีกลุ่มผู้นำเข้าจากสวีเดนมาเยี่ยมชมงาน

6.2 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในสวีเดน เช่น

- งานแสดงสินค้า Nordic Organic Food Fair/The Good Food Fair/Natural Beauty Show/Natural Health Show ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพื่อการเจรจาธุรกิจ และสร้างเครือข่าย กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 19 – 20 พ.ย. 2568 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า MalmöMässan เมืองมัลโม ข้อมูลเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่เว็บไซต์ [nordicorganicexpo.com](http://nordicorganicexpo.com)
- งานแสดงสินค้า Sthlm Food & Wine and Bak & Choklad ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอาหาร ไวน์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ pastries และช็อกโกแลตเพื่อการเจรจาธุรกิจ และสร้างเครือข่าย กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 7 – 9 พ.ย. 2568 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า Stockholmsmässan กรุงสตอกโฮล์ม ข้อมูลเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่เว็บไซต์ [sthlmfoodandwine.se](http://sthlmfoodandwine.se)

## 7. ข้อคิดเห็น

- สวีเดน และสหภาพยุโรปมีกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าผักและผลไม้สดที่เข้มงวด โดยเฉพาะเรื่องระดับสารตกค้าง การศึกษารายละเอียดกฎระเบียบการนำเข้า และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าสู่ตลาด
- สร้างมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ – การรับรองมาตรฐานออร์แกนิกและความยั่งยืน เช่น EU Organic, GlobalGAP หรือ Fairtrade อาจช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน
- มุ่งเน้นสินค้าที่ตลาดต้องการ – อาจเน้นส่งออกผลไม้เมืองร้อน เช่น มะม่วง ทุเรียน มังคุด หรือผักที่สวีเดนไม่สามารถเพาะปลูกได้ และมีความต้องการสูงในช่วงฤดูหนาว เช่น พริก และสมุนไพรไทย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน | มีนาคม 2568

## ภาคผนวก

### 1. กฎระเบียบที่บังคับใช้เป็นกฎหมาย

- สหภาพยุโรปได้ออกกฎระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดเกี่ยวกับสุขอนามัยของอาหารและอาหารสัตว์ ความปลอดภัยของผู้บริโภคและสุขภาพสัตว์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มั่นใจว่า การนำเข้าทั้งหมดเป็นไปตามมาตรฐานระดับสูงเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ของสหภาพฯ ซึ่งแนวทางในการควบคุมการนำเข้าจะแตกต่างกันไปตามแต่ละผลิตภัณฑ์
- ในการนำเข้าอาหารของสหภาพฯ ผู้ประกอบธุรกิจอาหารจะต้องปฏิบัติตามหลักการด้านอาหารทั่วไปของกฎหมายอาหารที่กำหนดไว้ในกฎระเบียบ Regulation (EC) No. 178/2002 of 28 January 2002 layind down the general principles and requirements of food law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety ซึ่งควบคุมการนำเข้าอาหารโดยทั่วไป
- หลักการทั่วไปและข้อกำหนดหลักการทั่วไปและข้อกำหนดของอาหารและขั้นตอนด้านความปลอดภัยของอาหารภายใต้ Regulation (EC) No 178/2002 เช่น
  - มาตรา 11 อาหารและอาหารสัตว์ที่นำเข้าและวางจำหน่ายในตลาดสหภาพต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของกฎหมายเกี่ยวกับอาหารหรือเงื่อนไขที่ได้รับการยอมรับโดยสหภาพ อย่างน้อยต้องเทียบเท่ากับพอกำหนดอย่างน้อยต้องเทียบเท่ากับข้อกำหนดภายใต้ความตกลงระหว่างสหภาพกับประเทศผู้ ส่งออก ดังนั้นการนำดั่งนั้นการนำเข้าทั้งหมดต้องเป็นไปตามมาตรฐานระดับสูงเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์จากประเทศสมาชิกสหภาพ
  - มาตรา 14 ข้อกำหนดข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหาร เช่น ห้ามวางอาหารในตลาดหากไม่ปลอดภัยอาหารถือว่าไม่ปลอดภัยหากได้รับพิจารณาอย่างอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพไม่เหมาะสำหรับห้ามวางอาหารในตลาดหากไม่ปลอดภัยอาหารถือว่าไม่ปลอดภัยหากได้รับพิจารณาอย่างอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพไม่เหมาะสำหรับการบริโภคของมนุษย์ในกรณีที่พบอาหารที่ไม่ปลอดภัยบางส่วนของล็อตจะต้องสันนิษฐานไว้ก่อนว่าอาหารทั้งหมดในล็อตก็ไม่ปลอดภัยเช่นกันเว้นแต่จะมีการประเมินโดยละเอียด เป็นต้น
  - มาตรา 18 การตรวจสอบย้อนกลับ กำหนดระบบในการตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่การผลิต

- มาตรา 19 กำหนดความรับผิดชอบเกี่ยวกับผู้นำเข้าอาหารในการพิจารณาหรือมีเหตุผลที่จะเชื่อหากอาหารที่นำเข้านั้นเป็นไปตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหาร ผู้นำเข้าเป็นผู้รับผิดชอบในการถอดอาหารที่เป็นปัญหาออกจากตลาดโดยทันทีและแจ้งหน่วยงานผู้มีอำนาจ
- **กฎระเบียบสารตกค้าง ได้แก่**
  - ระเบียบ Regulation (EC) 396/2005 กำหนดระดับสารเคมีตกค้างสูงสุด (maximum residue levels: MRLs) (มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม) ใน หรือสัมผัสกับอาหาร และอาหารที่มาจากพืชและสัตว์
  - ระเบียบ Commission Regulation (EU) 2023/1029 กำหนดระดับ MRLs ของสาร phosmet ในสินค้าอาหาร อาทิ ส่วนหัวของผัก ข้าวโพดหวาน ธัญพืช อยู่ที่ 0.01
  - ระเบียบ Commission Regulation (EU) 2023/1042 กำหนดระดับ MRLs ของสาร folpet ในสินค้าอาหาร อาทิ ส่วนหัวของผัก ผักบรีโคมผล (อาทิ พริกหวาน) ข้าวโพดหวาน อยู่ที่ 0.03 สมุนไพรและดอกไม้ที่รับประทานได้ 0.06 เมล็ดพีชน้ำมันธัญพืช 0.07 สินค้าที่มาจากสัตว์ 0.05
  - ระเบียบ Commission Regulation (EU) 2023/1049 กำหนด MRLs ของสาร pendimethalin และ spirotetramat ได้แก่
    - สาร pendimethalin ในสินค้าอาหาร อาทิ ส่วนหัวของผัก 0.05 ธัญพืช 0.05
    - สาร spirotetramat ในสินค้าอาหาร อาทิ ข้าวโพดหวาน 1.5 เมล็ดพีชน้ำมัน 4 ธัญพืช 0.02
- **กฎระเบียบการกล่าวอ้างทางโภชนาการและทางสุขภาพของสหภาพยุโรป (The nutrition and health claim regulation: NHCR)** ว่าด้วยการใช้ข้อความสื่อสารเชิงพาณิชย์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการหรือทางสุขภาพจากอาหาร โดยการกล่าวอ้างดังกล่าวจะต้องชัดเจน ถูกต้องและมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มารองรับ กฎระเบียบนี้มีผลบังคับใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสูง และสนับสนุนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การกล่าวอ้างทางโภชนาการที่ได้รับอนุญาตทั้งหมดในสหภาพยุโรปถูกเผยแพร่ไว้ในภาคผนวกของกฎระเบียบ NHCR ส่วนการกล่าวอ้างทางสุขภาพต้องผ่านการประเมินผลทางวิทยาศาสตร์จากหน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารแห่งยุโรป (EFSA) และได้รับการบรรจุในบัญชีรายชื่อการกล่าวอ้างด้านสุขภาพที่ได้รับอนุญาตในสหภาพฯ

- **ข้อกำหนดข้อกำหนดการติดฉลากบรรจุภัณฑ์**

- ระเบียบในการให้ข้อมูลและติดฉลากอาหาร (Food Information Regulation) Regulation (EU) No. 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on the provision of food information to consumers) กำหนดให้ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มต้องพิมพ์ข้อมูลที่จำเป็น (mandatory information) ประกอบด้วย (1) คุณภาพทางโภชนาการ (Nutrition value) (2) ระบุแหล่งประเทศที่มาของสินค้าอาหาร (mandatory country of origin labeling) (3) ระบุสารที่อาจก่อให้เกิดการแพ้ (information on allergens) ลงบนฉลากของสินค้าอาหาร และเครื่องดื่มทุกชนิดที่จำหน่ายในสหภาพยุโรป
- กฎระเบียบ Commission Implementing Regulation (EU) 2018/775 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2563 กำหนดให้ธุรกิจอาหารต้องติดฉลากอาหารตามประเทศต้นทาง หรือแหล่งที่มาของส่วนผสมหลักและบังคับใช้ควบคู่ไปกับกฎระเบียบข้อมูลอาหารของสหภาพยุโรป (1169/2011) หากผลิตภัณฑ์ทำจากส่วนผสมหลายชนิด ต้องระบุแหล่งที่มาสำหรับส่วนผสมที่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์มากกว่า 50%

## 2. มาตรการที่ไม่ใช่ข้อบังคับเป็นกฎหมาย

มาตรการตามความสมัครใจที่ไม่ได้เป็นข้อบังคับที่ผู้ประกอบการฝึก และผลไม้ไม่สามารถจัดหาได้ ซึ่งสามารถช่วยดึงดูดผู้บริโภคเนื่องจากสะอาดตา และเป็นที่ยอมรับ เช่น

2.1 เครื่องหมาย EU Organic โดยผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการผลิต แปรรูป การขนส่ง และการจัดเก็บ EU organic logo นี้สามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเกษตรกรอินทรีย์อย่างน้อยร้อยละ 95 และปฏิบัติตามเงื่อนไขอีกร้อยละ 5 ที่เหลือ โดยมีหน่วยงานที่ certify คือ The Swedish Board of Agriculture



2.2 เครื่องหมาย KRAV จัดทำโดยบริษัท KRAV Ekonomisk förening ซึ่งเป็นตรารับรองสินค้าออร์แกนิกของสวีเดน ผู้ประกอบการที่สนใจสมัครขอรับตราฯ สามารถส่งอีเมลไปที่ [food@krav.se](mailto:food@krav.se) ทั้งนี้ การ



ขอรับตรา KRAV มีค่าธรรมเนียมแตกต่างกันออกไปตามแต่ละกรณี รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.krav.se>

2.3 เครื่องหมาย Fairtrade ขององค์กรแฟร์เทรดสากล (FLO) รับรองมาตรฐานการค้าที่เป็นธรรม สร้างโอกาสให้ผู้ผลิตด้วยโอกาสมุ่งสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดี การจ้างงานที่เป็นธรรม ไม่ใช่แรงงานเด็ก และให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยสหภาพยุโรปเป็นตลาดสินค้า fairtrade ใหญ่ที่สุด หรือราว 2 ใน 3 ของมูลค่าการจำหน่ายทั่วโลก สินค้าที่ได้ตรารับรอง fairtrade เช่น กล้วย กาแฟโกโก้ ดอกไม้/พืช และ เมล็ดฝ้าย



2.4 เครื่องหมาย Keyhole จัดทำโดย The Swedish Food Agency (Livsmedelsverket) ซึ่งเป็นตรารับรองสินค้าอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น มีปริมาณน้ำตาล และ/หรือเกลือต่ำ มีปริมาณกาก และเส้นใยอาหารมาก เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีปริมาณไขมันน้อย และอื่นๆ โดยตราเครื่องหมายนี้ได้รับการยอมรับ และใช้ใน 6 ประเทศ ได้แก่ สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ ลิทัวเนีย และมาซิโดเนีย ครอบคลุมกลุ่มสินค้าจำนวน 32 กลุ่มในหมวดหมู่หลักเหล่านี้

- ผัก ผลไม้ เบอร์รี่ และถั่ว
- แป้ง ธัญพืช และข้าว
- ข้าวต้ม ขนมปัง และพาสต้า
- นม และผลิตภัณฑ์จากนม
- ชีส และผลิตภัณฑ์เทียบเท่า
- ที่ทำขนมปัง และน้ำมัน
- ปลา และผลิตภัณฑ์ประมง
- เนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์
- ผลิตภัณฑ์ผัก
- อาหารพร้อมรับประทาน
- น้ำสลัด และซอส



ผู้ประกอบการที่สนใจสมัครขอรับตราฯ สามารถส่งอีเมลล์ไปที่ [livsmedelsverket@slv.se](mailto:livsmedelsverket@slv.se)